

## **Trender: Membantu Membuat Keputusan Desain & Merchandising Berdasarkan Data**

Studi Kasus: Zalora Indonesia dari Kategori Pakaian, Aksesoris, dan Sepatu Wanita

**Susi Hartanto<sup>1\*</sup>**

Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan  
susi.fdt@uph.edu

### **ABSTRAK**

Reputasi dan kredibilitas Zalora di industri fesyen serta pengalamannya bekerja sama dengan lebih dari 3000 label lokal dan internasional, menempatkan Zalora di posisi terdepan dalam mengkurasi dan menganalisa data yang didesain spesifik untuk para pemilik brand fesyen. Dengan jumlah *audience* fesyen terbesar di Asia Tenggara yang memiliki daya beli tinggi, konsumen Zalora merupakan sumber data terbaik untuk memprediksi tren fesyen, dibandingkan dengan sumber data lain atau data penjualan dari peritel lainnya. Zalora dan tim internalnya yang ahli di bidang fesyen, memperkenalkan Trender, sebuah laporan bulanan yang memungkinkan para pemilik brand fesyen mengakses informasi bisnis Zalora untuk menyusun strategi brand yang lebih efektif, pada artikel ini akan lebih dibahas terutama dari sisi desain produk dan *merchandising* produk. Dengan Trender, *brand* akan lebih memahami tentang siapa yang membeli produknya, agar ke depannya dapat membidik pasar yang tepat. Selain itu, *brand* juga mendapatkan informasi tentang produk apa saja yang banyak dicari oleh konsumen, sehingga dapat membuat persiapan yang lebih baik untuk musim selanjutnya. Melalui data internal Zalora yang dikumpulkan dalam periode 2 bulan selama November hingga Desember 2020, dipaparkan beberapa hal seperti: 1) Pasar mana yang paling cepat berkembang? 2) Kategori yang memiliki performa terbaik; 3) Sub-kategori yang sedang tren di Zalora; 4) Siapa saja konsumen yang berbelanja di Zalora; 5) Di wilayah mana produk *brand* terjual paling baik? 5) Kelompok umur yang sedang tren di Zalora; 6) Produk *best-seller* dan yang sedang tren; 7) Atribut produk yang menjadi *best-seller*; dan 8) Kisaran harga yang paling efektif untuk konsumen Zalora.

Kata Kunci: Trender, Data, Zalora, Wanita, Indonesia

## 1. PENDAHULUAN

Zalora, dengan tim internal yang ahli di dunia fashion, memperkenalkan *Trender*, yang membantu para *brand* fesyen mengerti siapa dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen mereka. *Trender* membuka dunia baru untuk beragam kesempatan, memberi setiap *supplier* hak sepenuhnya dalam menggunakan informasi bisnis Zalora untuk menyusun strategi - tidak hanya di Zalora, tapi di seluruh *platform* penjualan (*online* dan *offline*) dari segi desain hingga pengiriman. Dengan memahami siapa konsumen yang membeli produk, akan membantu *buyer* dan pemasaran bekerja secara sinergis untuk membidik pasar yang tepat. Selain itu, dengan mengetahui kebutuhan konsumen, dapat membantu identifikasi *portfolio brand*, sehingga tim desain bisa mempersiapkan permintaan di musim mendatang dengan lebih baik. Apa pun kebutuhan bisnis para *brand* fesyen, *Trender* didesain untuk dapat memenuhinya, sehingga mereka dapat menggunakan data, konsumen untuk menentukan langkah selanjutnya. Zalora memiliki kategori pakaian wanita, aksesoris wanita, alas kaki wanita, pakaian pria, aksesoris pria, alas kaki pria, anak-anak, kecantikan, olahraga, dan pakaian tradisional. Untuk artikel ini, hanya fokus pada pakaian, sepatu, dan aksesoris wanita sebagai kategori yang penjualannya paling baik. Zalora tersedia untuk pasar Malaysia, Indonesia, Hongkong, Singapura, Filipina, dan Taiwan. Namun artikel ini hanya akan memfokuskan pada pasar Indonesia.

## 2. METODE

Artikel ini disusun dengan metode analisis deskriptif dari data internal Zalora dan *Trender* Indonesia selama periode November hingga Desember 2020.

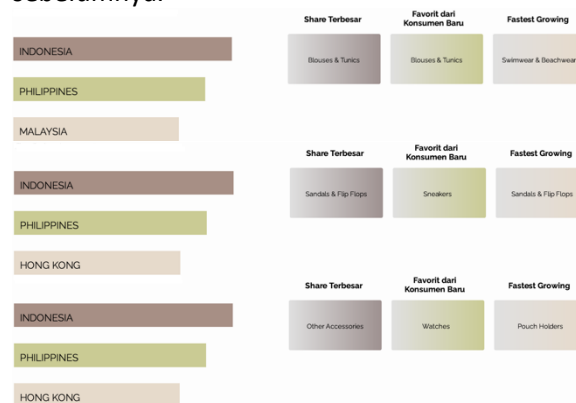
## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Wawasan dari Kategori Produk Pakaian

Pada bagian ini, akan dilihat lebih dekat pada tren *Month-on-Month* dan *Year-on-Year* untuk pasar dan kategori pilihan *brand*. Pertama, ada identifikasi pasar dengan pertumbuhan tercepat untuk kategori ini, begitu juga untuk sub kategori di seluruh negara. Angka-angka tersebut dibandingkan dengan data dari tahun sebelumnya untuk menentukan pertumbuhan *year-on-year*. Berikut, sekilas gambaran dari sub kategori terbesar di bulan ini, beserta sub kategori *best seller* dan favorit konsumen.

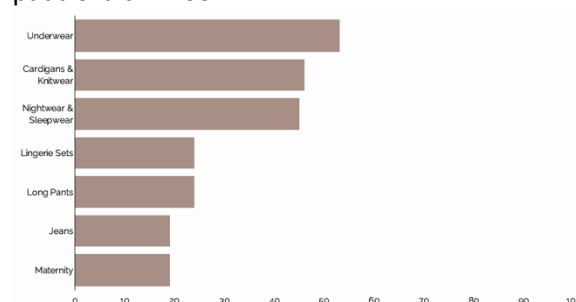
### 3.2 Pasar dengan Pertumbuhan Tercepat

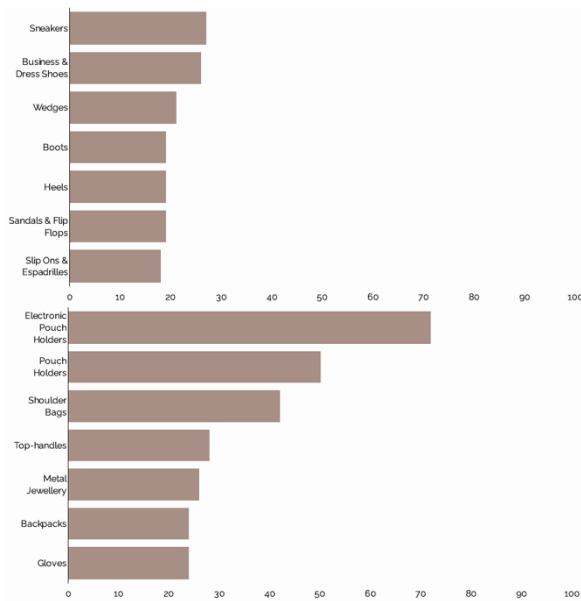
Berikut data pasar dengan pertumbuhan tercepat pada kategori untuk bulan November dan Desember 2020 dibandingkan dengan performa di tahun sebelumnya.



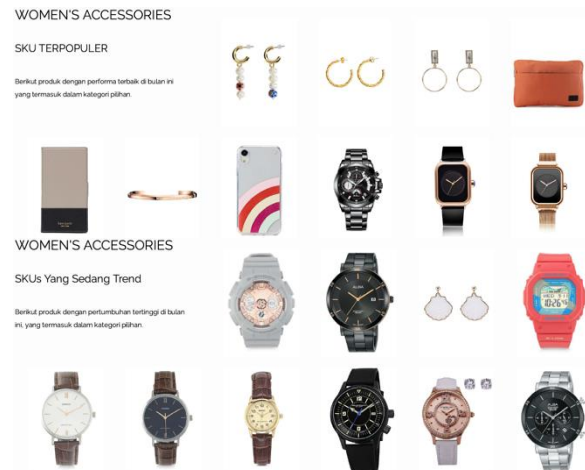
Gambar 1 Pasar dengan Pertumbuhan Tercepat (Pakaian, Sepatu, Aksesoris)  
(Sumber: *Trender Zalora*, 2020)

Sedangkan sub kategori dengan pertumbuhan tercepat bulan ini pada pasar terpilih, dibandingkan dengan performa tahun lalu adalah sebagai berikut. Angka merujuk pada skala 1-100.





Gambar 2 Pertumbuhan Sub Kategori Tercepat (Pakaian, Sepatu, Aksesoris)  
(Sumber: Trender Zalora, 2020)



Gambar 2 SKU Terpopuler & Sedang Tren (Pakaian, Sepatu, Aksesoris)  
(Sumber: Trender Zalora, 2020)

### 3.3 Fokus pada Sub Kategori (Sub Kategori yang Populer)

Pada bagian ini, ada analisa tren dan klasifikasi berdasarkan sub kategori yang sedang populer, yakni sebuah sub kategori terpilih yang menunjukkan performa kuat di bulan November-Desember 2020. Untuk mengidentifikasi sub kategori ini, dihitung *Net Merchandise Value* (NMV) beserta total pesanan, dan membandingkannya dengan data dari tahun lepas untuk menentukan pertumbuhan *year-on-year* dan performa secara keseluruhan. Sebagai tambahan, ada pula data dari segi ukuran dan warna. Total pesanan berdasarkan setiap kisaran harga juga dikelompokkan dalam sub kategori ini.

**WOMEN'S APPAREL**

**SKU TERPOPULER**  
Berikut produk dengan performa terbaik di bulan ini yang termasuk dalam kategori pilihan.

**SKUs Yang Sedang Trend**  
Berikut produk dengan pertumbuhan tertinggi di bulan ini, yang termasuk dalam kategori pilihan.

**WOMEN'S SHOES**

**SKU TERPOPULER**  
Berikut produk dengan performa terbaik di bulan ini yang termasuk dalam kategori pilihan.

**SKUs Yang Sedang Trend**  
Berikut produk dengan pertumbuhan tertinggi di bulan ini, yang termasuk dalam kategori pilihan.

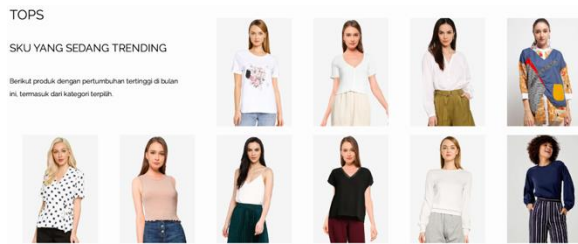
**UKURAN YANG BEST-SELLER**  
Ukuran yang best-seller di bulan ini pada market yang dipilih, dibandingkan dengan performa atau pertumbuhan tahun lalu.

**WARNA YANG BEST-SELLER**  
Warna yang best-seller di bulan pada di market yang dipilih, dibandingkan dengan performa atau pertumbuhan tahun lalu.

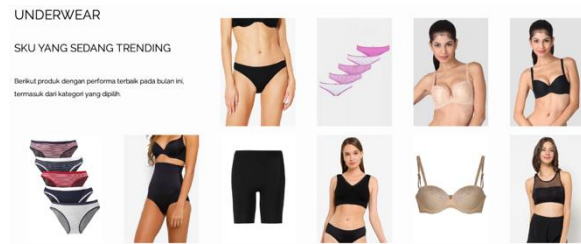
**SHARE DARI PRICE BAND (BERDASARKAN ORDER)**  
Share dari order berdasarkan specific price-band pada bulan ini di market yang dipilih.

**WOMEN'S APPAREL**

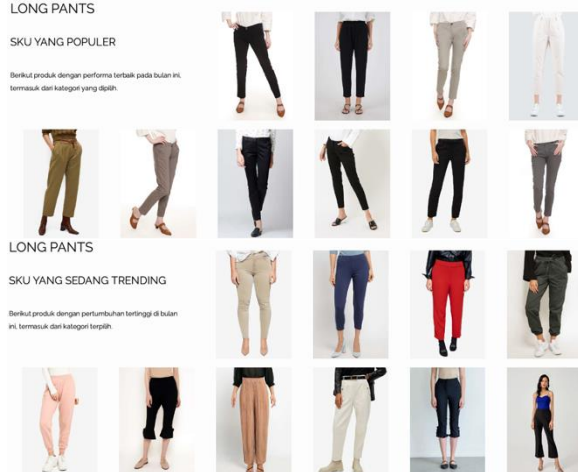
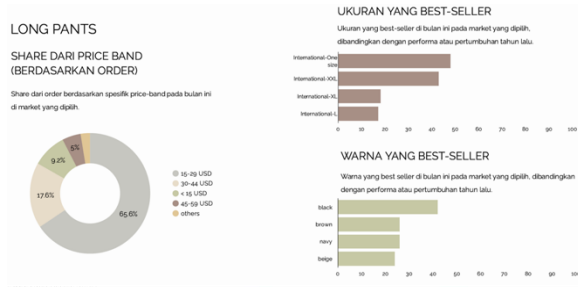
**SKU YANG POPULER**  
Berikut produk dengan performa terbaik pada bulan ini, termasuk dalam kategori terpilih.



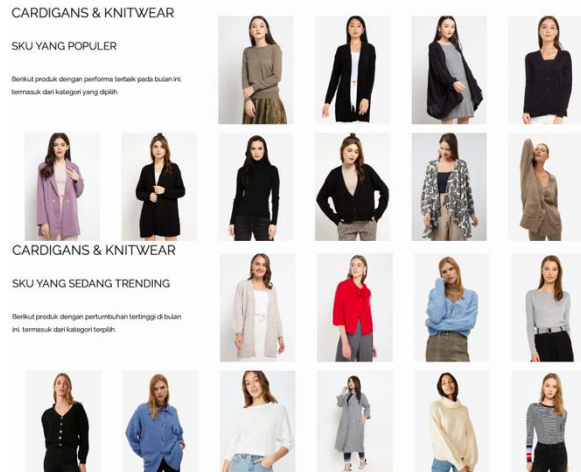
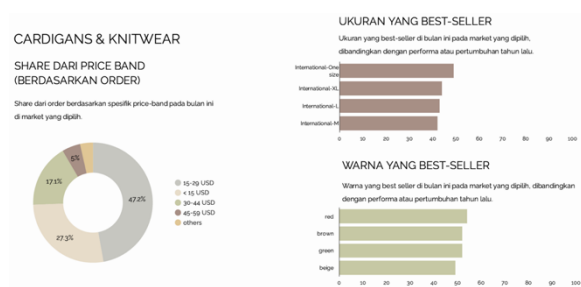
Gambar 3 Wawasan tentang Atasan (Harga, Ukuran, Warna, Popularitas)  
(Sumber: *Trender Zalora*, 2020)



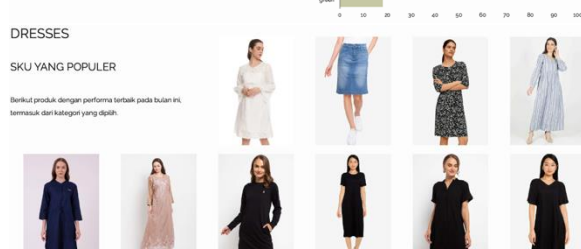
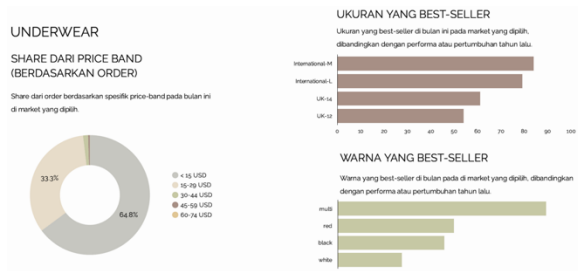
Gambar 5 Wawasan tentang Pakaian Dalam (Harga, Ukuran, Warna, Popularitas)  
(Sumber: *Trender Zalora*, 2020)



Gambar 4 Wawasan tentang Celana Panjang (Harga, Ukuran, Warna, Popularitas)  
(Sumber: *Trender Zalora*, 2020)



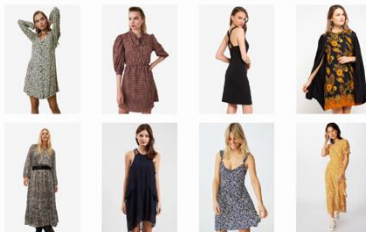
Gambar 6 Wawasan tentang Cardigans & Knitwear (Harga, Ukuran, Warna, Popularitas)  
(Sumber: *Trender Zalora*, 2020)



DRESSES

SKU YANG SEDANG TRENDING

Berikut produk dengan performa terbaik pada bulan ini, termasuk dari kategori yang dipilih.



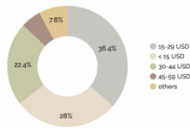
Gambar 7 Wawasan tentang Dress (Harga, Ukuran, Warna, Popularitas)

(Sumber: *Trender Zalora*, 2020)

SANDALS & FLIP FLOPS

SHARE DARI PRICE BAND (BERDASARKAN ORDER)

Share dari order berdasarkan spesifik price-band pada bulan ini di market yang dipilih.



SANDALS & FLIP FLOPS

SKU YANG POPULER

Berikut produk dengan performa terbaik pada bulan ini, termasuk dalam kategori terpilih.



SANDALS & FLIP FLOPS

SKU YANG SEDANG TRENDING

Berikut produk dengan pertumbuhan tertinggi di bulan ini, termasuk dari kategori terpilih.



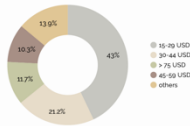
Gambar 8 Wawasan tentang Sandal & Flip Flop (Harga, Ukuran, Warna, Popularitas)

(Sumber: *Trender Zalora*, 2020)

SLIP ONS & ESPADRILLES

SHARE DARI PRICE BAND (BERDASARKAN ORDER)

Share dari order berdasarkan spesifik price-band pada bulan ini di market yang dipilih.



SLIP ONS & ESPADRILLES

SKU YANG POPULER

Berikut produk dengan performa terbaik pada bulan ini, termasuk dari kategori yang dipilih.



UKURAN YANG BEST-SELLER

Ukuran yang best-seller di bulan ini pada market yang dipilih, dibandingkan dengan performa atau pertumbuhan tahun lalu.



WARNA YANG BEST-SELLER

Warna yang best-seller di bulan ini pada market yang dipilih, dibandingkan dengan performa atau pertumbuhan tahun lalu.



SLIP ONS & ESPADRILLES

SKU YANG SEDANG TRENDING

Berikut produk dengan pertumbuhan tertinggi di bulan ini, termasuk dari kategori terpilih.



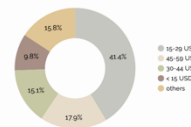
Gambar 9 Wawasan tentang Slip On & Espadrilles (Harga, Ukuran, Warna, Popularitas)

(Sumber: *Trender Zalora*, 2020)

SNEAKERS

SHARE DARI PRICE BAND (BERDASARKAN ORDER)

Share dari order berdasarkan spesifik price-band pada bulan ini di market yang dipilih.



SNEAKERS

SKU YANG POPULER

Berikut produk dengan performa terbaik pada bulan ini, termasuk dari kategori yang dipilih.



SNEAKERS

SKU YANG SEDANG TRENDING

Berikut produk dengan performa terbaik pada bulan ini, termasuk dari kategori yang dipilih.



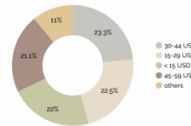
Gambar 10 Wawasan tentang Sneaker (Harga, Ukuran, Warna, Popularitas)

(Sumber: *Trender Zalora*, 2020)

TECHNOLOGY ACCESSORIES

SHARE DARI PRICE BAND (BERDASARKAN ORDER)

Share dari order berdasarkan spesifik price-band pada bulan ini di market yang dipilih.



TECHNOLOGY ACCESSORIES

SKU YANG POPULER

Berikut produk dengan performa terbaik pada bulan ini, termasuk dari kategori yang dipilih.



UKURAN YANG BEST-SELLER

Ukuran yang best-seller di bulan ini pada market yang dipilih, dibandingkan dengan performa atau pertumbuhan tahun lalu.



WARNA YANG BEST-SELLER

Warna yang best-seller di bulan ini pada market yang dipilih, dibandingkan dengan performa atau pertumbuhan tahun lalu.

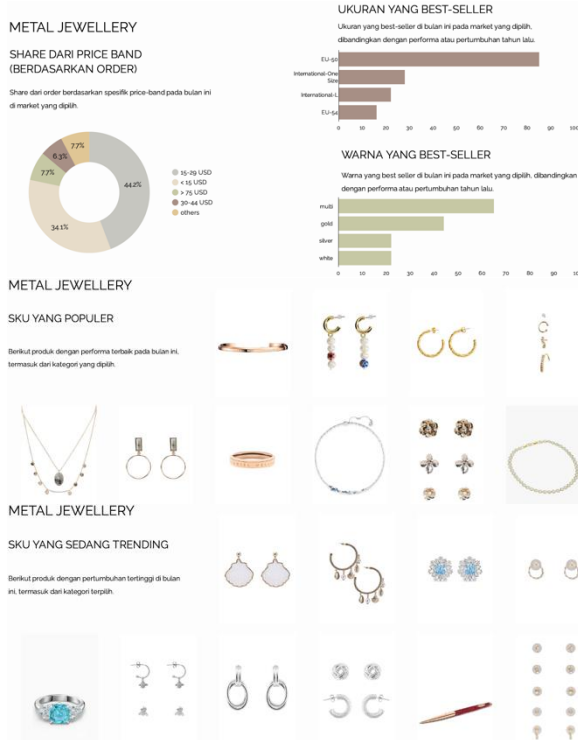




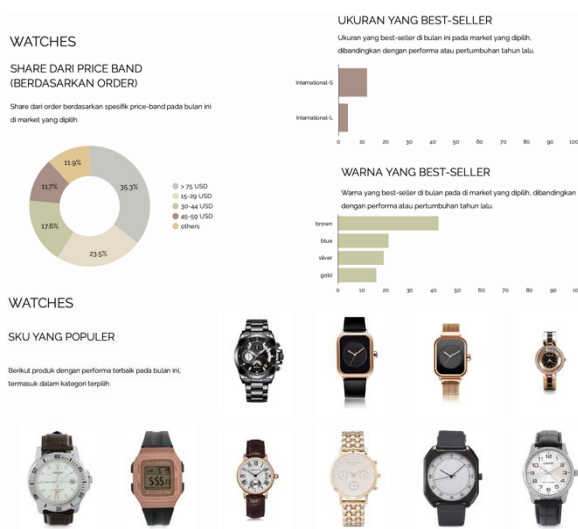
Gambar 11 Wawasan tentang Aksesori Perangkat Teknologi (Harga, Ukuran, Warna, Popularitas) (Sumber: *Trender Zalora, 2020*)



Gambar 13 Wawasan tentang Jam Tangan (Harga, Ukuran, Warna, Popularitas) (Sumber: *Trender Zalora, 2020*)



Gambar 12 Wawasan tentang Aksesori Metal (Harga, Ukuran, Warna, Popularitas) (Sumber: *Trender Zalora., 2020*)



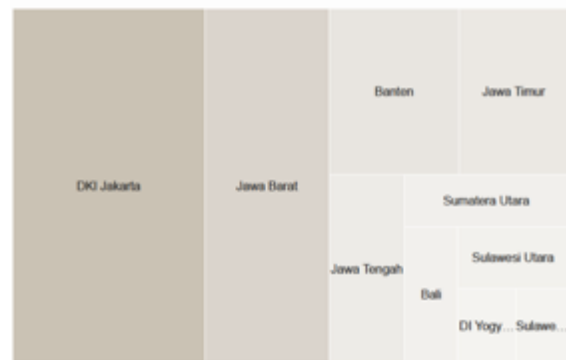
Gambar 14 Wawasan tentang Jam Tangan (Harga, Ukuran, Warna, Popularitas) (Sumber: *Trender Zalora., 2020*)

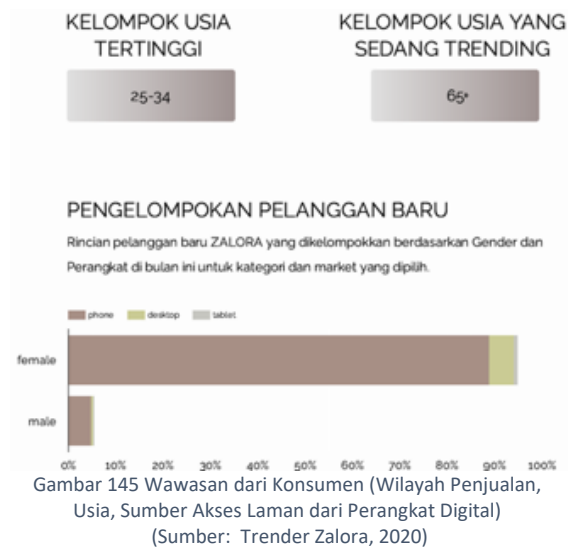
### 3.4 Wawasan dari Konsumen

Pada bagian ini, dibahas wawasan mengenai pelanggan yang berbelanja di Zalora, khusus untuk kategori dan pasar pilihan. Data pelanggan untuk kelompok usia dan wilayah diukur berdasarkan data pertumbuhan *year-on-year* dan kinerja secara keseluruhan. Sebagai tambahan, ada pula data performa terbaik berdasarkan klasifikasi kelompok usia dan wilayah pada bulan November hingga Desember 2020, beserta analisa distribusi jenis kelamin dan perangkat dari pelanggan baru.

#### WILAYAH DENGAN PENJUALAN TERTINGGI

Market dengan performa terbaik untuk kategori ini pada bulan ini, dibandingkan dengan performa di tahun sebelumnya.





#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Ada beberapa wawasan yang bisa diambil para brand fesyen dari sisi desain fesyen dan *merchandising* yaitu:

- Harga atasan yang paling diminati adalah dibawah IDR217.500 sebanyak 56.8% untuk ukuran 12 dengan potongan *loose fit* dan santai. Warna hitam, putih, dan abu-abu juga tetap menjadi pilihan aman untuk produk atasan. Penjualan atasan mengalami peningkatan selama pandemi dimana terjadi tren *relaxed workwear* terutama untuk kegiatan *online meeting* (orang mengenakan atasan yang rapih dipadukan dengan bawahan santai, misalkan *blouse rapih* dengan celana piyama) (The Guardian, 2020).
- Harga celana panjang yang paling diminati adalah antara IDR217.500 – 420.500 sebanyak 65.6% untuk ukuran *one size* dan XXL. Warna hitam, coklat, biru tua, dan *beige* tetap menjadi pilihan warna terbaik yang paling menjual. Celana panjang yang longgar dengan potongan *loose fit* juga menjadi salah satu pilihan untuk pakaian yang lebih santai selama pandemic (abc.net, 2021).
- Pakaian dalam juga sangat diminati saat pandemi dengan harga dibawah IDR217.500 sebanyak 64.8% untuk ukuran M & L dengan potongan kasual santai untuk pemakaian sehari-hari. Pilihan multiwarna juga sangat bisa diaplikasikan

untuk pakaian dalam mengingat produk biasanya dijual dalam bentuk set, bukan satuan. Warna-warna yang kurang menjual bisa dijual sekaligus bersamaan dengan warna netral yang menjual (hitam dan putih). Tidak banyak brand fesyen yang memilih bergerak di pakaian dalam, sehingga data ini bisa menjadi pertimbangan.

- *Cardigan* dan *knitwear* dengan harga antara IDR217.500 – 420.500 memiliki pangsa 47.2% dengan ukuran *one size* dan XL. Warna aman lagi-lagi adalah coklat dan *beige*.
- Harga *dress* yang paling diminati adalah antara IDR217.500 – 420.500 dengan pangsa 53.7%. Produk yang lebih murah (dibawah IDR217.500) justru hanya mendapat posisi 12.2%. Wawasan ini penting bahwa para brand fesyen tidak harus selalu mengembangkan produk murah, karena pasar Zalora memang menargetkan konsumen dengan daya beli yang lebih tinggi dan lebih mencari kualitas, dibandingkan misalkan Shopee. Apalagi *dress* biasanya lebih diperuntukkan untuk acara yang lebih penting dimana konsumen ingin tampil cantik. Produk *one size* dan XL juga paling diminati sehingga brand bisa menilai kembali ukuran produk pakaian yang dibuat. Warna hitam dan putih juga akan selalu jadi pilihan aman, diluar dari pastinya warna merah saat acara *festive* (seperti natal, tahun baru, dan imlek) – mengingat data ini diambil saat November dan Desember 2020. Walaupun selama pandemi, penjualan *dress* mengalami penurunan dibanding kategori lainnya.
- Hampir setiap kategori pakaian memiliki penjualan terbaik untuk ukuran *one size* dan ukuran yang lebih besar (XL). *One size* juga berarti memudahkan *brand* agar tidak perlu *stock* ukuran yang banyak. *One size* juga bisa dicocokkan ke ukuran XL atau *loose fit* sehingga lebih minim pekerjaan merancang berbagai ukuran dan minim modal.
- Alas kaki santai berwarna coklat, putih, abu-abu, hitam dengan ukuran 39-41

- berharga dibawah IDR217.500 seperti sandal dan *flip flop* memiliki penjualan baik mengingat selama pandemi, konsumen cenderung berpakaian lebih santai
- *Sneaker* berwarna *beige*, abu-abu, dan hitam dengan harga di bawah IDR217.500 juga cukup diminati sebanyak 41.4% dibanding kategori alas kaki lainnya.
  - Jam tangan dengan penjualan terbaik justru dari kategori harga yang termahal (di atas Rp1 juta sebanyak 35.3%), menandakan bahwa pembeli jam tangan menginginkan kualitas dan bukan harga murah
  - Penggunaan perangkat teknologi berwarna *gold* meningkat selama pandemi membuat penjualan produk aksesoris telepon genggam meningkat tajam dengan persentase paling besar (70%) dibanding kategori pakaian dan sepatu
  - Aksesoris metal dengan harga di bawah IDR217.500 (44.2%) mendapat penjualan terbaik
  - Pangsa pasar terbesar tetap berasal dari DKI Jakarta dan Jawa Barat, sehingga merancang produk dengan tren dari kedua daerah ini akan lebih berpotensi dibeli. Konsumen luar kota cenderung mengikuti tren dari kota besar seperti Jakarta dan Bandung.
  - Kelompok usia pembeli yang paling tinggi adalah antara 25-34 tahun dan 95% pembeli Zalora adalah wanita, sehingga penting bagi *brand* untuk menetapkan target pasar apakah wanita atau pria dari kisaran usia berapa, terutama bagi yang baru akan memulai bisnisnya.
  - Laman paling banyak diakses melalui perangkat telepon genggam, sehingga penting menerapkan laman dengan desain UI/UX yang *phone-friendly* dengan konten yang baik dan menarik, terutama bagi brand fesyen yang memiliki laman website milik sendiri diluar dari *platform* penjualan umum seperti Zalora. Bagi para *brand marketplace*, misalkan yang berjualan di Shopee, penting merancang laman toko resmi agar menarik untuk dilihat. Hanya sedikit sekali pembeli yang mengakses melalui *desktop*, dan hampir tidak ada

pembeli yang mengakses laman melalui tablet, sehingga pengeluaran dan usaha desain *website* untuk tablet bisa diabaikan.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

Data internal Zalora, November – Desember 2020

Data Trender Zalora, November – Desember 2020

<https://www.theguardian.com/business/2020/jul/20/the-zoom-shirt-how-the-pandemic-changed-work-dress-codes>, diakses pada 19 Juli 2021

<https://www.abc.net.au/news/2020-11-09/how-workplace-fashions-will-change-as-covid-19-restrictions-ease/12830138>, diakses pada 19 Juli 2021